

O Tratado de Comércio e Navegação com a Alemanha (1908) na Europa do seu Tempo*

Henrique Luís Gomes de Araújo

Antropólogo. Professor Convidado da Universidade Católica Portuguesa

Introdução

Como sabemos, o método científico da Antropologia da cultura tem por finalidade a compreensão da diversidade cultural em relação ao tempo e ao espaço. A cultura é entendida como um conjunto de valores, normas e comportamentos que são transmitidos de geração em geração.

Podendo esta comparação, em termos teóricos, ser considerada segundo dois eixos – temporal e espacial – a grandeza da cultura é entendida como a capacidade de adaptação e transformação da cultura em resposta às mudanças do meio ambiente.

1. O Tratado de Comércio e Navegação com a Alemanha

O que releva neste tratado é a preocupação com a melhoria das condições de vida dos portugueses em Portugal e no estrangeiro, bem como a melhoria das condições de vida dos alemães em Portugal e no estrangeiro.

1.1. O contexto da assinatura

Assinado em 1908, este tratado foi o resultado de uma longa negociação entre o governo português e o governo alemão, que visava melhorar as condições de vida dos portugueses em Portugal e no estrangeiro.

* Este trabalho foi desenvolvido no âmbito do projeto de investigação "A cultura portuguesa no estrangeiro", financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

* Texto da comunicação apresentada na 1.ª secção do IV Congresso Histórico de Guimarães, no quadro do projecto de investigação sobre o Arquivo do Conselheiro Wenceslau de Lima que, no âmbito do Grupo de Estudos de História da Viticultura Duriense e do Vinho do Porto (GEHVID), desenvolvo com a colaboração do meu colega da Universidade Católica, o Prof. Doutor Rui Ramos.

Resumo

A importância histórica para o país e, especialmente para o Douro, deste tratado resulta do facto de representar, pela primeira vez, a consagração jurídica e económica, das marcas dos vinhos do Porto e da Madeira. Mas o objectivo deste texto é, antes, o de procurar esclarecer como este “balão de oxigénio” dos finais da monarquia constitucional e a esperança monárquica que a ele se agarra, se intrusa na história económica europeia desse período.

Introdução

Como sabemos, o método específico da Antropologia é o método comparado – o que é relevante para a constituição da sua diferença metodológica em relação às outras ciências sociais e humanas –, quando atendemos ao esbatimento das fronteiras epistemológicas do seu objecto.

Podendo essa comparação, em termos teóricos, ser produzida segundo dois modos – tomando como variável a grandeza tempo e mantendo constante a grandeza espaço ou procedendo inversamente –, é aqui, deste segundo modo, que o método é aplicado, uma vez que o objectivo deste texto é o de comparar o contexto do Tratado com o dos seus antecedentes.

1. O Tratado de Comércio e Navegação e o seu contexto nacional

O que releva neste Tratado¹ é ter constituído um marco histórico na defesa das marcas regionais dos Vinhos do Porto e da Madeira e com tal repercussão que esta sua doutrina logrou ficar consagrada no artigo 275.º do Tratado de Versalhes².

Como interpretar tal consagração?

Atendamos, em primeiro lugar, ao seu contexto interno. Ora, já antes dele, a proposta de lei 1 – B de 2 de Outubro de 1906 tinha sido apresentada pelo governo de João Franco para “*debelar a crise duriense*”. O objectivo do projecto de lei correspondente era o de introduzir na legislação portuguesa o princípio da defesa das marcas regionais.

Mas é o Regicídio de 1 de Fevereiro de 1908 que marca o contexto político nacional deste tratado, caracterizado pela: – perda da representatividade dos partidos no Parlamento; – pela situação paradoxal do Rei e pela precarização do futuro nacional e a sua consequente presentificação³.

2. O Tratado de Comércio e Navegação e o seu contexto internacional

Não é, pois, no contexto interno que podemos encontrar as relações de poder político-económicas que possam explicar a projecção internacional do princípio da defesa das marcas regionais dos vinhos, pois, como sublinha o preâmbulo da proposta de lei de João Franco: “o isolamento commercial em que nos encontramos” era um facto.

É, antes, no contexto externo – marcado pelo Ultimato inglês de 1891 e pela batalha de Sedan (1870) que entrega a hegemonia político-económica da Europa à Alemanha – que o sucesso do tratado encontra o seu sentido.

Já aquela proposta de lei de 1906, reconhece que “foi a Alemanha (...) quem iniciou esta sciencia, a estratégia commercial” e que “é inspirado em taes ensinamentos que o Governo adopta as entidades commerciaes que a Alemanha (...) criou: as sociedades de exportação e o caixeiro viajante”.

3. Os Tratados Comerciais

O Tratado de Comércio e Navegação com a Alemanha de 1908 ficará, assim, na história económica portuguesa como um marco da vitalidade paradoxal da diplomacia económica da agonizante monarquia constitucional portuguesa. Como de uma quase fénix renascida se tratasse, com este tratado o país vai de par com a corrente doutrinária dominante à época, na história económica europeia.. Na verdade, os tratados comerciais formalizam a nova política dos Estados Europeus, a diplomacia económica e uma nova estratégia comercial; corporizam o proteccionismo e manipulam dois instrumentos de intervenção económica: as pautas máxima e mínima.

4. Os tratados de comércio e o caixeiro viajante ou: a Alemanha, Max Weber e *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*

Não cabe aqui fazer a crítica que noutro lugar⁴ fiz à teoria weberiana da *Ética*. Mas parece sintomático da sua presença nas relações económicas europeias dos princípios do século XX, o reconhecimento que dela faz o preâmbulo da proposta de lei de João Franco: “o commercio não ignora quaes são as verdadeiras causas da superioridade allemã e ainda há pouco, em um congresso inglês se reconhecia que ella emanava principalmente da educação e inteligente competência do agente commercial allemão”.

5. A Antropologia Económica

A comparação que a antropologia económica pode e deve estabelecer, neste *hic et nunc*, é entre as formas político – económicas do livre câmbio – tal como o Tratado de Metween (1703) consagra entre Portugal e a Inglaterra – e as do proteccionismo, corporizadas nas sociedades de exportação – tal como os tratados de Frankfurt (1871) entre a Alemanha e a França e o Tratado de Comércio e Navegação entre Portugal e a Alemanha (1908) estabelecem.

¹ Vide “O 1.º Marco Histórico na Defesa das Marcas dos Vinhos do Porto e da Madeira” in *Douro – Estudos e Documentos*, 18, 172-181.

² *Ob. cit.*, p. 182

³ *Ob. cit.*, p. 170

⁴ Gomes de Araújo, Henrique, 1998, *ob. cit.*, pp. 72-77; idem, 2001, *ob. cit.*, pp. 11-77, 42-43.

GOMES DE ARAÚJO, Henrique, 1998, *Ética, Economia e Educação*, Porto: Fundação Eng. António de Almeida.

2001, *A Casa Ferreira. A Construção Antropológica do Sucessor*. Lisboa: Edições Quetzal.

2004, “O 1.º Marco Histórico na Defesa das Marcas dos Vinhos do Porto e da Madeira” in *Douro – Estudos e Documentos*, 18.

LAINS, Pedro e FERREIRA DA SILVA, Álvaro (orgs.), 2005, *História Económica de Portugal*, vol. II, Lisboa: I.C.S.

MATTOSO, José, 1994, *História de Portugal*, vol. VI (coord. Rui Ramos), Lisboa: Circulo de Leitores.

RAMOS, Rui, 2001, *João Franco e o Fracasso do Reformismo Liberal (1884 –1908)*, Lisboa: I.C.S.

2006, *D. Carlos (1863-1908)*, Lisboa: Circulo de Leitores.

Diário da Câmara dos Senhores Deputados de 2 de Outubro de 1906.

Tratado de Comércio e de Navegação entre Portugal e a Allemanha de 30 de Novembro de 1908.